Éducation comparée / nouvelle série, n°23, pp 21 - 34

Introduction

Yves Dutercq
CREN, Université de Nantes
France

et

Christian Maroy
Université de Montréal
Québec
& Université de Louvain
Belgique

Le développement des marchés scolaires à la croisée des demandes des parents et des politiques éducatives

Dans de très nombreux pays, la possibilité de choix de l'école par les familles est ancienne, quoique cette liberté, variable d'un pays à l'autre, ait toujours été relative (Mons, 2007). Avec la modernité politique, l'enseignement des enfants est certes devenu obligatoire, mais le choix d'éduquer ses enfants à la maison ou de les scolariser dans une école privée a été garantie par les législations nationales ou les accords internationaux (Convention internationale des droits de l'enfant adoptée par l'Assemblée générale des Nations unies en 1989 et signée par l'ensemble des pays membres). Toutefois les pratiques de choix de l'école se sont considérablement amplifiées depuis trois décennies, dans la suite de l'important développement des systèmes publics d'enseignement, de la démocratisation de la scolarité et de l'allongement de sa durée. Ainsi, des logiques de choix actif des parents se sont répandues sous l'effet d'une part de l'accroissement de leur

préoccupation quant à l'avenir de leurs enfants, d'autre part de certaines politiques publiques (Maroy, 2006).

D'un côté, dans un contexte de transformation profonde des systèmes de production économique et de changement des marchés du travail, la qualité de la scolarité est un enjeu social et professionnel croissant pour les parents, tout spécialement au sein des classes moyennes (Ball, 2003, Van Zanten, 2009). D'un autre côté, dès les années 1980, même dans les pays où le choix des écoles publiques est pourtant fortement régulé (comme la France ou le Québec), des politiques d'assouplissement du choix des écoles font leur apparition, qui avalisent et encouragent les multiples formes préexistantes de « contournement » plus ou moins licite des « secteurs de recrutement scolaire des écoles publiques (Van Zanten & Obin, 2010, Barrault, 2013). Ces politiques d'assouplissement sont contemporaines d'une promotion de l'autonomie des établissements et des projets locaux, couplée avec la valorisation de l'implication des parents et des communautés locales dans l'école (Dutercq, 2004, Lessard & Carpentier, 2015). Par ailleurs, dans d'autres juridictions plus libérales (Angleterre, Nouvelle-Zélande, Alberta, Texas…) cette valorisation du choix des parents s'accompagne de politiques explicitement favorables au développement du quasi-marché et de la concurrence entre écoles publiques et privées. La régulation par la concurrence et le marché plutôt que par la bureaucratie d'État y est présentée comme répondant mieux à la diversité des besoins des élèves, comme améliorant la qualité de l'enseignement et des pratiques pédagogiques et donc comme permettant de rendre les systèmes éducatifs plus performants, y compris parfois avec une visée de justice scolaire (Whitty & Power, 2000, Dutercq, 2005).

En définitive, c'est le couplage du développement « par le bas » des comportements de choix de l'école par les parents et des politiques de décentralisation des années 1980 et 1990, telles que celles de gouvernements ouvertement néo-libéraux favorisant le marché, qui a suscité une forte concurrence entre enseignement public et enseignement privé (Oplatka & Hemsley-Brown, 2004, Dutercq, 2011), imposant une vision libérale de l'école en tension avec ses aspirations démocratiques (Desjardins, Lessard & Blais, 2011). Dans la période récente, ce mouvement s'est accentué par la promulgation de politiques de responsabilisation fixant aux systèmes éducatifs des objectifs de

performance (Maroy, 2008 & 2017, Mons & Dupriez, 2010). D'une part l'obligation de résultats et la responsabilisation des établissements, d'autre part le libre-choix promis aux parents conduisent à ce que de plus en plus d'établissements d'enseignement à l'intérieur de chaque pays se trouvent confrontés à des situations de concurrence.

Cette concurrence entre établissements, qui s'accompagne de l'octroi d'une relative autonomie, s'est fortement développée, parfois articulée à un contrôle de l'affectation des élèves par les pouvoirs publics. Bien plus, les politiques de libre choix et de mise en concurrence continuent d'influencer les réformes dans un nombre croissant de pays, alors même que les analyses sont très partagées sur leur impact en matière d'élévation du niveau scolaire des élèves (Belfield & Levin, 2009, Heyneman, 2009, Felouzis, Maroy & Van Zanten, 2013) et pointent les dérives auxquelles elles conduisent, bien éloignées d'une contribution à l'égalité des chances, comme on a pu le montrer à propos de la loi *No Child Left Behind* aux Etats-Unis (Lubienski, 2006, Lubienski *et al*., 2009).

Cette concurrence entre établissements et l'affirmation de marchés sont aujourd'hui des faits sociaux reconnus par la recherche et vécus par différentes catégories d'acteurs – parents, directions, enseignants- dans des systèmes éducatifs extrêmement divers et sous des formes elles-mêmes variables. Des éléments de publicité et de marketing apparaissent dès lors de plus en plus ouvertement sur des sites Internet des établissements ou dans les médias. Le vocabulaire, les pratiques, les références du marché se répandent au-delà de l'enseignement privé et contaminent les écoles du secteur public, phénomène que Lessard et Levasseur (2007) assimilent à une privatisation de l'enseignement public, sous des modalités que Ball & Youdell (2007) précisent en la qualifiant d'endogène. L'expansion de cette logique de marché est avérée par le fait que les établissements qui y participent sont désormais non seulement ceux qui cherchent à attirer les élèves au fort potentiel scolaire, en faisant valoir des filières sélectives voire élitistes, mais encore ceux qui sont situés dans des zones défavorisées (Oplatka & Hemsley-Brown, 2004, Resnik, 2015). Ils s'emploient, selon des modalités variables mais toutes conditionnées par la concurrence, à proposer des programmes pédagogiques spécifiques et à valoriser leur image, les uns pour séduire davantage de parents et d'élèves, d'autres pour retenir ceux qu'ils craignent de voir partir, d'autres encore pour s'adapter à un public qu'ils ne choisissent pas et affirmer leurs

spécificités pédagogiques dans une « niche » sur le marché. (Dupriez & Cornet, 2008, Maroy & Delvaux, 2008, Bélanger *et al*., 2014, Dutercq & Mons, 2015). La concurrence entre établissements (inter-établissements) se double de ce fait, par le biais des options et des filières, d'une concurrence dans les établissements (intra-établissement) que Duru-Bellat avait pointée dès 2003. Tous les établissements se retrouvent donc inscrits dans les interdépendances compétitives d'un marché, et sont inclinés à ou obligés de se positionner et de répondre aux stratégies d'autres établissements ou aux effets cumulés des choix des parents (Delvaux & Van Zanten, 2006). Selon l'intensité de la concurrence, l'histoire et le positionnement local de l'école, ce phénomène peut conduire à des stratégies d'établissement diverses : logiques de rente, de conquête, de diversification ou d'adaptation (choisie ou contrainte) au public d'élèves (Maroy & Van Zanten, 2007). Ainsi, avancer que la logique de marché entre les écoles se répand ne signifie pas que toutes les écoles deviennent *ipso facto* des entreprises, dominées par une pure logique commerciale, des préoccupations de marketing, comme le vocabulaire de la privatisation et de la commercialisation de l'école le laisse parfois entendre (Laval, 2003). Si certaines écoles peuvent effectivement être guidées par des stratégies explicites de positionnement sur le marché, d'autres peuvent se contenter de simplement affirmer leur excellence et leur attachement à certaines valeurs et pratiques éducatives qui leur permettent d'assurer leur situation d'établissements d'élite, sans avoir pour autant à faire du marketing. A l'opposé, des écoles publiques, accueillant un public en difficulté scolaire ou sociale, choisissent, pour des raisons éthiques, politiques et pédagogiques, de s'engager dans la réussite de leurs élèves, souvent refoulés par les autres établissements, sans que ce choix soit la résultante d'une stratégie de spécialisation marchande. Si nous constatons que les écoles sont objectivement affectées par le marché scolaire (surtout dans les grandes villes), nous ne considérons pas pour autant que les logiques organisationnelles soient devenues exclusivement instrumentales. Elles ont aussi une dimension axiologique et restent tributaires de diverses variables étrangères à la logique marchande, telles que l'identité antérieure de l'établissement, l'ethos des personnels, les jeux micro-politiques internes (Derouet & Dutercq, 1997, Ball & Maroy, 2008).

L'analyse du monde scolaire par la sociologie des marchés

L'ensemble de ces constats a conduit les observateurs à ne plus hésiter à analyser en termes de marché l'offre et la demande d'éducation. Cependant, en raison des spécificités de l'éducation, la référence au marché s'est dès l'origine accompagnée de précautions lexicales et théoriques qui ont contribué à préciser les limites de l'analogie. L'éducation est certes un bien de plus en plus diversifié et donc sujet au choix mais, d'une part, sa circulation n'est pas totalement déterminée par les principes de la régulation des biens marchands, d'autre part, il se présente sous des modalités variables selon les systèmes éducatifs. Ces réserves ont conduit certains analystes à recourir à la notion d'espace de concurrence local ou d'interdépendances (Broccolichi & Van Zanten, 1997, Delvaux & Van Zanten, 2006) et, plus carrément, de quasi-marché (Vandenberghe, 1998), à la suite de travaux menés sur les spécificités du marché dans le cadre des politiques publiques (Le Grand & Bartlett, 1993).

Le quasi-marché est défini comme un mécanisme de coordination hybride associant coordination de type bureaucratique et coordination marchande, s'inscrivant ainsi dans un mode de régulation souvent qualifié de post-bureaucratique (Maroy, 2008). Les principales caractéristiques du quasi-marché scolaire seraient, selon Mons (2011), le libre choix de l'école par les usagers et l'autonomie pédagogique et gestionnaire de l'établissement, mais aussi des principes marchands à la portée limitée par un financement au moins partiellement public ainsi que des normes de régulation fixées par l'Etat ou par des autorités publiques (autorisation d'entrer sur le marché, âge et durée de la scolarité obligatoire, programmes d'enseignement). Le quasi-marché scolaire n'est donc pas soumis à un échange de coordination monétaire qui régulerait le rapport entre offre et demande et s'apparente en cela au modèle de l'économie des singularités théorisé par Karpik (1996, 2007) : de tels marchés concernent des biens considérés comme a priori non marchands, dans la mesure où leur valeur n'est pas susceptible d'être mesurée en termes monétaires (ou purement monétaires), parce qu'elle peut être appréciée de façon très diverse selon les personnes mais aussi parce que la circulation de ces biens a été traditionnellement contrôlée par une autorité publique. Felouzis et Perroton (2007) ont notamment montré que les marchés scolaires sont effectivement assimilables à des marchés des singularités puisque se référant non au

prix mais à la qualité, rapportée elle-même à des critères sociaux, culturels, spatiaux mais aussi personnels et dont l'appréciation est de ce fait susceptible d'une grande variabilité. De plus la qualité du bien proposé par les offreurs d'éducation, les établissements scolaires en l'occurrence, dépend non seulement de celle des acteurs de l'offre, les enseignants et plus généralement les personnels scolaires, mais tout autant de celle des demandeurs, les parents, et plus encore des bénéficiaires, les élèves. Les résultats scolaires de ces derniers sont en effet les seuls indicateurs quantifiables de la qualité du bien, auxquels s'ajoutent d'autres dimensions d'une qualité bien plus difficilement mesurable, mais intervenant dans la transaction, comme leur socialisation, leur bien-être, etc.

Parler de transaction c'est sous-entendre qu'il existe une négociation et une recherche d'ajustement entre les établissements producteurs de l'offre et les parents demandeurs dont la conclusion correspond à l'inscription de leur enfant dans un établissement choisi, sans pour autant que la satisfaction par rapport au bien espéré puisse être rapidement mesurée puisqu'elle ne sera évaluée au mieux que plusieurs années plus tard, dans le cadre de la carrière scolaire, de l'orientation, de l'insertion professionnelle et sociale, etc. Et il sera toujours délicat d'en déterminer le ou les responsables dans la succession de celles et ceux qui auront pris en charge l'élève en question, y compris au sein du même établissement. Cette incertitude et cette difficulté à mesurer conduisent à envisager la proposition de Callon (2013) de qualifier ces transactions incertaines d'agencements marchands, notion particulièrement pertinente dans le cas du rapport entre offre d'éducation des établissements et demande d'éducation des parents, médiatisées par les tiers élèves.

Ces approches, y compris quand elles relativisent la portée des approches économistes, supposent que les parents, ou au moins une partie d'entre eux, jouent un rôle essentiel dans la mise en concurrence des établissements. Mais il faut prendre garde à ne pas en déduire que tous les parents choisissent activement une école comme des consommateurs avertis ni même qu'ils entrent de manière similaire dans une transaction plus ou moins implicite. De la même façon, ces considérations ne signifient pas que tous les établissements soient ou se sentent en concurrence, ni que leurs équipes cherchent à promouvoir leur attractivité, tant on trouve de configurations socialement et

spatialement différentes, de segmentations, de cloisonnements ou de niches au sein du marché scolaire. C'est à ce titre que nous parlons de construction sociale, conscients que l'état du marché est lié à des phénomènes d'ampleur plus large, renvoyant à l'histoire et à la structuration de chaque système éducatif national, mais encore au positionnement des acteurs –établissements, personnels, parents et élèves- dans ces espaces. C'est aussi ce qui nous conduit à raisonner en termes de « marchés », au pluriel, pour marquer leur diversité d'un pays à l'autre, d'un territoire à l'autre et d'une perception à l'autre.

Les marchés scolaires : une construction sociale

La construction sociale des marchés scolaires dépend d'un ensemble de paramètres et de processus macro- et micro-sociaux, macro- et micro-environnementaux, globaux et locaux, collectifs et individuels, en interdépendance, que son analyse doit prendre en compte, comme c'est le cas pour tout marché public (Bagley, 2006). Nous en listons les éléments auxquels nous nous attachons principalement :

- les institutions et les espaces institutionnels, qui correspondent à la structuration de l'offre des institutions, aux modes de régulation et à la réglementation de l'affectation des élèves aux établissements, liés à une histoire et à une morphologie des systèmes éducatifs, elles-mêmes variables selon le niveau (enseignement primaire, premier ou second cycle de l'enseignement secondaire, enseignement supérieur) et la filière d'enseignement (général ou technico-professionnel) ;
- les standards internationaux et leurs usages qui peuvent favoriser, en fonction des relais et traductions (par les prescripteurs, responsables politiques, experts, lobbyistes, médias, etc.) différentes formes de marchandisation ou de privatisation endogène des établissements scolaires ;
- l'état des rapports culturels et sociaux propres à tel ou tel pays (voire de telle ou telle région, pour certains états fédéraux comme le Canada ou les Etats-Unis) qui influe sur les conditions de la scolarité des différents acteurs et groupes sociaux ;
- le rapport entre enseignement public et enseignement privé à la mesure des obligations différentielles assignées à chacun de ces secteurs et de la nature de leur financement ;
- les processus de choix, les logiques d'action ou les stratégies des parents dans les espaces scolaires locaux, qui constituent des

configurations parfois très variables dans un même pays (notamment entre métropoles, unités urbaines moyennes ou petites et espaces ruraux) et de ce fait s'apparentent plus ou moins à des espaces scolaires de compétition ou à des espaces d'interdépendances compétitives, sensibles à l'intrusion de mécanismes marchands ;

- les dynamiques propres aux établissements en lien avec leur identité, définie par leur histoire, leur situation, leur réputation, leur public, leur projet.

La concurrence entre établissements et la segmentation des marchés scolaires sont ainsi profondément enchâssées dans divers espaces sociaux qui construisent les hiérarchies de statut entre les individus ou les organisations. En effet, si les acteurs (parents, écoles, autorités scolaires) doivent se situer (de manière consciente et active ou inconsciente et passive) par rapport à une concurrence scolaire locale ou régionale, ils ne s'inscrivent pas seulement dans ces « marchés scolaires », mais aussi dans des espaces ou champs plus larges, d'ordre social, institutionnel et symbolique, qui les positionnent, catégorisent et classent autour de différents enjeux (sociaux, culturels, scolaires, etc.). Les marchés scolaires tendent de plus en plus à contribuer au développement de ces champs statutaires, mais tout autant à en subir l'influence.

La combinaison de ces éléments sociaux affecte les dynamiques de la concurrence, des choix et des marchés dans le monde scolaire, participant à la « construction sociale des marchés scolaires ». L'analyse de cette construction et cette notion elle-même confirment l'intérêt de conjuguer les acquis de la sociologie de l'éducation dans le domaine et ceux de la sociologie économique et de la sociologie des marchés en général (Karpik, 2007, Callon et al. 2013, etc.). Les circonstances, finalement assez confuses, de l'émergence et de l'extension des marchés justifient une réflexion dont le projet est de se démarquer de toute lecture idéologisée et de contribuer à leur analyse dans une perspective comparatiste. L'objectif est ici d'aider à la compréhension d'un enchevêtrement de processus, de conditions objectives, de logiques institutionnelles et de stratégies d'acteurs qui produit des formes sociales des marchés différenciées ou encore donne des formes diverses à la segmentation et à la concurrence scolaire qui les caractérisent.

Pour explorer cette boîte noire des marchés et de la marchandisation scolaires, ce dossier, constitué à la suite d'un symposium du colloque

du réseau Recherche en éducation et en formation (RéF, CNAM, Paris, 4-5 juillet 2017), fait se confronter des contributions portant sur différents espaces nationaux ou territoriaux caractérisés par une libéralisation du système éducatif plus ou moins effective, sur des situations contrastées d'établissements, en termes d'implantation, d'attractivité et de public accueilli (sur le plan scolaire et social) et encore sur les conditions et les motivations du choix des parents.

Les quatre premiers articles mettent en évidence la segmentation des marchés scolaires, le recours différencié au marketing scolaire et les logiques des acteurs, faisant ainsi valoir la pertinence d'une analyse en termes de construction sociale de la concurrence entre établissements : Nathanaël Friant, Mélanie Ferrara et Marc Demeuse, « Identités et logiques d'action d'établissements dans un contexte de quasi-marché : que donnent les établissements secondaires belges francophones à voir d'eux-mêmes sur leurs sites Internet ? » ; Pauline David, Yves Dutercq, Xavière Lanéelle et Christophe Michaut, « La course à l'attractivité des classes préparatoires aux grandes écoles françaises » ; Louis LeVasseur et Mélanie Bédard, « Tensions entre logiques marchande et démocratique au sein des écoles publiques au Québec selon les professionnels scolaires » ; Pierre Lapointe et David D'Arrisso, « Concurrences, stratégies et résultats : le cas d'une commission scolaire montréalaise ».

Les trois articles suivants s'intéressent à la manière dont se construisent les jugements parentaux et leurs choix d'établissement, sous l'influence de la position sociale et des conditions propres à l'exercice de ces choix : Jérôme Deceuninck, Hugues Draelants et Ludovic Balfroid, « Penser les choix scolaires à partir de la sociologie des agencements marchands. Le cas de la réforme des inscriptions en Belgique francophone » ; Nathalie Bélanger, « Entre 'une école à l'image de mon enfant' et l'éloge de la diversité, le choix de l'établissement et d'un programme scolaire par les parents » ; Justine Castonguay-Payant et Christian Maroy, « Jugements de qualité et choix de l'école secondaire dans le marché scolaire montréalais ».

Les deux derniers articles traitent de l'expansion de l'éducation internationale dans le monde en s'intéressant aux établissements à baccalauréat international. L'un est à visée sociohistorique globale : Leonora Dugonjic-Rodwin, « De la concurrence locale au conflit indirect global. L'économie symbolique du Baccalauréat international ». L'autre étudie la situation contrastée dans trois états des Etats-Unis : Julia Resnik, « Le Baccalauréat international aux Etats-Unis : contribuer à la réussite des élèves ou participer au marché scolaire ? ».

L'apport de ce dossier et des articles qui le composent nous paraît double. Le dossier permet d'abord de documenter la multiplicité des formes de concurrence et de marché et ce, sous plusieurs dimensions : le contexte sociétal, la construction institutionnelle du système scolaire, le niveau d'enseignement, la constitution des parents et élèves comme acteurs choisissant rationnellement une école. Il montre ainsi que le marché se développe de façon variable selon des paramètres tenant aux espaces locaux mais que ces espaces locaux interagissent parfois avec des standards de qualité qui font l'objet d'une concurrence globale. Le second apport du dossier est de contribuer à la progression d'une théorisation sociologique du marché. Cette approche laisse à distance la conceptualisation strictement économiste, réduisant le marché à un mécanisme de coordination plus ou moins satisfaisant entre des offres préexistantes (les écoles) et des préférences ou des demandes des parents déjà formées. Elle conduit ainsi à analyser le marché scolaire comme la construction d'agencements marchands, c'est-à-dire un processus interactif où parents et écoles s'inter-influencent.

Références bibliographiques

Bagley, C. (2006). School choice and competition: a public-market in education revisited. Oxford Review of Education, 32(3), 347-362.

Ball, S. J. (2003). Class Strategies and the Education Market. London: Routledge Falmer.

Ball, S. J. & Youdell, D. (2007). Hidden Privatisation. Research Report. Brussels: Education International.

Ball, S. J. & Maroy, C. (2009). School's Logics of Action as Mediation and Compromise Between Internal Dynamics and External Constraints and Pressures. Compare. A journal of comparative and international education, 39(1), 99-112.

Barrault, L. (2013). Gouverner par accommodements. Stratégies autour de la carte scolaire. Paris : Dalloz-Sirey

Bélanger, N., Audet, A. & Plante, J. (2014). Dynamiques compétitives et collaboratives entre des écoles secondaires de langue française en Ontario. International Journal of Canadian Studies/Revue internationale d'études canadiennes 50(50), 329-346

Belfield, C. R. & Levin, H. M. (2009). Market reforms in education. In G. Sykes, B. Schneider et D. N. Plank (dir.), Handbook of education policy research (p. 513-527). New York, NY: Routledge et American educational research association.

Broccolichi, S. & Van Zanten, A. (1997). Espaces de concurrence et circuits de scolarisation. Annales de la recherche urbaine, (75), 5-18.

Callon, M. (2013). Qu'est-ce qu'un agencement marchand ? In M. Callon et al., Sociologie des agencements marchands (pp. 325-440). Paris : Presses des Mines.

Callon, M. et al. (2013). Sociologie des agencements marchands : textes choisis. Paris : Presses des Mines.

Delvaux, B., & Van Zanten, A. (2006). Les établissements scolaires et leur espace local d'interdépendance. Revue Française De Pédagogie, (156), 5-8.

Derouet, J-L. & Dutercq, Y. (1997). L'établissement scolaire, autonomie locale et service public. Paris : ESF.

Desjardins, P. D., Lessard, C. & Blais, J. G. (2011). Les effets prédits et observés du bulletin des écoles secondaires au Québec. In Y. Dutercq

(dir.), Où va l'éducation entre le public et privé ? (pp. 105-123). Bruxelles : De Boeck

Dupriez, V. & Cornet, J. (2005). La rénovation de l'école primaire : comprendre les enjeux du changement pédagogique. Bruxelles : De Boeck.

Duru-Bellat, M. (2003) Inégalités sociales à l'école et politiques éducatives. Paris, France : UNESCO

Dutercq, Y. (2004). Autonomie des établissements et gouvernement local de l'éducation. In M. Tapie-Grime M (éd.), Les recompositions locales des formes de l'action publique (pp. 23-36). Paris : L'harmattan, coll. Logiques sociales.

Dutercq, Y. (2005). Les chefs d'établissement entre rationalisation moderniste, contraintes culturelles et désir de justice. Politiques et management publics, 23-1, 2005, 125-135

Dutercq, Y. éd. (2011). Où va l'éducation entre public et privé ? Bruxelles : De Boeck.

Dutercq, Y. & Mons, N. (2015). Les chefs d'établissement français : un leadership sous le signe du marketing ? In Y. Dutercq, M. Gather Thurler & G. Pelletier (dir.), Le leadership éducatif, entre défi et fiction (pp. 21-36). Bruxelles : De Boeck.

Felouzis, G. & Perroton, J. (2007). Les « marchés scolaires » : une analyse en termes d'économie de la qualité. Revue française de sociologie, vol. 48,(4), 693-722.

Felouzis, G., Maroy, C. & Van Zanten, A. (2013). Les marchés scolaires. Paris : PUF.

François, P. (2008). Sociologie des marchés. Paris : Armand Colin.

Heyneman, S. P. (2009). International perspectives on school choice. In M. Berends, M. G. Springer, D. Ballou, Dale et H. J. Walberg (dir.), Handbook of Research on school choice (pp. 79-95). New York, NY: Routledge.

Karpik, L. (1996). Dispositifs de confiance et engagements crédibles. Sociologie du Travail, 38(4), 527- 550.

Karpik, L. (2007). L'économie des singularités. Paris : Gallimard.

Le Grand, J. & Bartlett, W. (1993). Quasi-markets and social policy. Basingstoke: MacMillan Press.

Laval, C. (2003). L'école n'est pas une entreprise. Le néo-libéralisme à l'assaut de l'enseignement public. Paris : La Découverte.

Lessard, C. & Carpentier, A. (2015). Politiques éducatives. La mise en œuvre. Paris : PUF.

Lubienski, C. (2006). School diversification in second-best education markets. International evidence and conflicting theories of change. Educational Policy, 20(2), 323-344.

Lubienski, C., Gulosino, C. & Weitzel, P. (2009). School choice and competitive incentives: Mapping the distribution of educational opportunities across local education markets. American Journal of Education, 115(4), 601-647.

Maroy, C. (2006). École, régulation et marché : une analyse de six espaces scolaires locaux en Europe. Paris : PUF.

Maroy, C. (2008). Vers une régulation post-bureaucratique des systèmes d'enseignement en Europe ? Sociologie et sociétés, 40(1), 31-55.

Maroy, C. & Van Zanten, A. (2007). Régulation et compétition entre établissements scolaires dans six espaces scolaires en Europe. Sociologie du Travail, 49, 464-278.

Maroy, C. & Delvaux, B. (2008). Logiques d'établissements, interdépendances compétitives et inégalités sociales. In V. Dupriez, J.-F. Orianne & M. Verhoeven (dir.), De l'école au marché du travail, l'égalité des chances en question (pp. 205-232). Bern : Peter Lang.

Maroy, C. (2017). La nouvelle gestion publique de l'école au Québec : vers une gestion de la pédagogie. Sociologie du Travail, 59(4)| octobre-décembre 2017. URL : http://journals.openedition.org/sdt/1353 ; DOI : 10.4000/sdt.1353

Mons, N. (2007). Les nouvelles politiques éducatives. La France fait-elle les bons choix ? Paris : PUF.

Mons, N. (2011). Privatisation sous haute surveillance étatique : une comparaison internationale. In Y. Dutercq (Ed.) Où va l'éducation entre public et privé ? (pp. 19-36) Bruxelles : de Boeck.

Mons, N. & Dupriez, V. (2010). Les politiques d'accountability : Responsabilisation et formation continue des enseignants. Recherche & formation, 65(3), 45-59.

Oplatka, I. & Hemsley-Brown, J. (2004). The research on school marketing Current issues and future directions. Journal of Educational Administration, 42(3), 375-400.

Resnik, J. (2015) The incorporation of the International Baccalaureate in magnet schools in the United States : survival strategies of low

performing schools. Educational Practice and Theory, Vol. 37, No. 2, 2015, pp. 79-106

Vandenberghe, V. (1998). L'enseignement en Communauté française de Belgique : un quasi-marché. Reflets et perspectives de la vie économique, 36-1, 65-75.

Van Zanten, A. (2009). Choisir son école. Stratégies familiales et médiations locales. Paris : PUF.

Van Zanten, A. & Obin, J. (2010). La carte scolaire. Paris : PUF.

Whitty, G. & Power, S. (2000). Marketization and privatization in mass education systems. International Journal of Educational Development, 20(2), 93-107.